

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**ЮРГИНСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ**

---

Юргинский технологический институт  
Направление 38.03.01. Экономика  
Кафедра Экономики и автоматизированных систем управления

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

Тема работы
<b>Проект организации открытия салона красоты</b>

УДК 338.467.5:678.5:005.511(083.92)

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
17Б41	Кизюн Лилия Анатольевна		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры ЭиАСУ	Суздalова М.А.	к.пед.н.		

**КОНСУЛЬТАНТЫ:**

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры БЖДЭиФВ	Валуев Д.В.	к.т.н., доцент		

**ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:**

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
И.о. ЭиАСУ	Лизунков В.Г.	к.пед.н.		

Юрга – 2018г

## Планируемые результаты обучения по ООП

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)
P1	Применять глубокие гуманитарные, социальные, экономические и математические знания для организации и управления экономической деятельностью предприятий с соблюдением правил охраны здоровья, безопасности труда и защиты окружающей среды
P2	Применять типовые методики и действующую нормативно-правовую базу для экономических расчетов и представлять их результаты в соответствии со стандартами организации
P3	Ставить и решать задачи экономического анализа, связанные со сбором и обработкой экономических данных с использованием отечественных и зарубежных источников информации и современных информационных технологий, а также с анализом и интерпретацией полученных результатов
P4	Разрабатывать предложения по совершенствованию управленческих решений с учетом критериев их социально-экономической эффективности, используя современные информационные технологии
P5	Преподавать экономические дисциплины, разрабатывать и совершенствовать их учебно-методическое обеспечение
P6	Эффективно работать индивидуально, в качестве члена или руководителя малой группы, состоящей из специалистов различных направлений и квалификаций, нести ответственность за организационно-управленческие решения и результаты работы
P7	Активно владеть иностранным языком на уровне, позволяющем работать с информацией и документами в иноязычной среде
P8	Активно использовать навыки работы с компьютером как средством управления информацией с соблюдением требований информационной безопасности
P9	Демонстрировать глубокие знания социальных, этических, культурных и исторических аспектов развития общества и компетентность в вопросах прогнозирования социально-значимых проблем и процессов
P10	Самостоятельно учиться и непрерывно повышать квалификацию в течение всего периода профессиональной деятельности, в том числе с использованием глобальных информационных систем

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
 Федеральное государственное автономное  
 образовательное учреждение высшего образования  
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
 ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
 ЮРГИНСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Институт ЮТИ ТПУ

Направление 38.03.01 Экономика

Кафедра ЭиАСУ

УТВЕРЖДАЮ:

И.о.зав. кафедрой ЭиАСУ

\_\_\_\_\_  
 (Подпись) (Дата) Лизунков В.Г.  
 (Ф.И.О.)

### ЗАДАНИЕ

#### на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

Бакалаврской работы

(бакалаврской работы, дипломного проекта/работы, магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
17Б41	Кизюн Л.А.

Тема работы: Проект организации открытия салона красоты

Утверждена приказом проректора-директора (директора) (дата, номер)	от 26.01.2018г. №8/С
---	----------------------

Срок сдачи студентом выполненной работы:	01.06.2018г.
--	--------------

### ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

<b>Исходные данные к работе</b> <i>(наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.).</i>	<i>Объект исследования создание предприятия малого бизнеса</i>
<b>Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов</b> <i>(аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).</i>	Провести аналитический обзор литературных источников по теме исследования, необходимо в процессе исследования решить следующие задачи: проведение маркетингового анализа рынка по предоставлению аналогичных услуг; разработка организационно-производственного плана открытия салона красоты; оценка экономической эффективности реализации проекта, путем составления финансового плана и оценки рисков реализации проекта.
<b>Перечень графического материала</b> <i>(с точным указанием обязательных чертежей)</i>	Виды услуг салона Организационная структура

	График работы Количество персонала и его заработная плата Необходимое оборудование Совокупные инвестиции в проект Расчет заработной платы Расчет налога Рентабельность проекта
--	--

### Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы

(с указанием разделов)

Раздел	Консультант
«Социальная ответственность»	Валуев Денис Викторович, к.т.н., доцент кафедры БЖДЭиФВ

**Названия разделов, которые должны быть написаны на иностранном языке:**

**Реферат**

<b>Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику</b>	01.02.2018г.
---	--------------

**Задание выдал руководитель:**

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Суздальова М.А.	к.пед.н.		

**Задание принял к исполнению студент:**

Группа	ФИО	Подпись	Дата
17Б41	Кизюн Л.А.		

## ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту:

Группа	ФИО
17Б41	Кизюн Л.А.

Институт	Юргинский технологический институт	Кафедра	ЭиАСУ
Уровень образования	Бакалавр	Направление	38.03.01 Экономика

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:	
<i>1 Регламент положения КСО</i>	<p>1 ГОСТ Р ИСО 26000-2010 «Руководство по социальной ответственности». Настоящий стандарт идентичен международному стандарту ISO 26000-2010 «Guidance on social responsibility».</p> <p>2 Серией международных стандартов систем экологического менеджмента ISO 14000. Центральным документом стандарта считается ISO 14001 «Спецификации и руководство по использованию систем экологического менеджмента».</p> <p>3 GRI (Global Reporting Initiative) – всемирная инициатива добровольной отчетности.</p> <p>4 SA 8000 – устанавливает нормы ответственности работодателя в области условий труда .</p>
Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:	
<i>1 Разработка программы корпоративной социальной ответственности</i>	Изучить понятие и принципы социальной ответственности.
<i>2 Определение стейкхолдеров организации</i>	Одна из главных задач при оценке эффективности существующих программ КСО – это оценка соответствия программ основным стейкхолдерам компании.
<i>3 Определение структуры программ КСО</i>	Задача студента на данном этапе назвать мероприятия КСО, реализуемые компанией, определить их тип, сроки реализации, стейкхолдеров и основные ожидаемые результаты программ
<i>4 Определение затрат на программы КСО</i>	Определяется бюджет программ КСО предприятия. Важным этапом является определения вклада организации при эквивалентном финансировании или при корпоративном волонтерстве.

<i>5 Оценка эффективности программ и выработка рекомендаций</i>	Критерии оценки социальной ответственности бизнеса могут быть различными в зависимости от ряда факторов. В качестве критериев может выступать оценка охраны окружающей среды, качества производимых товаров и услуг, отношений с работниками, активности в различных благотворительных программах.
<b>Перечень графического материала:</b>	
<i>При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)</i>	-

<b>Дата выдачи задания для раздела по линейному графику</b>	
---	--

**Задание выдал консультант:**

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры БЖДЭиФВ	Валуев Д.В.	к.т.н., доцент		

**Задание принял к исполнению студент:**

Группа	ФИО	Подпись	Дата
17Б41	Кизюн Л.А.		

## Реферат

Выпускная квалификационная работа содержит 61 страницу, 18 таблиц, 30 источников.

Ключевые слова: бизнес-план, расчеты, эффективность, чистый доход, срок окупаемости, затраты, оборудование, конкуренты, рынок сбыта, потребители, каналы сбыта, исследование, анализ.

Актуальность исследования заключается в том, сегодня люди всё больше стремятся к обладанию красивой внешностью. Это становится большим стимулом для открытия новых салонов красоты. С точки зрения востребованности, салонный бизнес отличается высокой перспективностью. Бизнес-план открытия салона красоты указывает на возможность привлечения большого количества клиентов при соблюдении некоторых условий профессионального менеджмента.

Объект исследования – салон красоты со средним доходом, которые должны составлять основную часть населения.

Цель – на основе анализа рынка разработка проекта организации салона красоты.

Задачами исследования являются: изучение теоретических основ разработки бизнес-плана, разработка бизнес-плана салона красоты, и расчет эффективности инвестирования в разработанный бизнес-план.

Работа представлена введением, 5 разделами и заключением, приведен список использованных источников.

## Abstract

The final qualifying work contains 61 pages, 18 tables, 30 sources. Keywords: business plan, calculations, efficiency, net income, payback period, costs, equipment, competitors, sales market, consumers, distribution channels, research, analysis.

The urgency of the research is that today people are more eager to have a beautiful appearance. This is a great incentive for the opening of new beauty salons. From the point of view of demand, salon business is highly promising. The business plan for opening a beauty salon points to the possibility of attracting a large number of clients, subject to certain conditions of professional management. The object of the study is a beauty salon with an average income, which should constitute the main part of the population.

The goal - on the basis of market analysis, the development of a draft business plan for a beauty salon.

The objectives of the study are: to study the theoretical bases for developing a business plan, to develop a business plan for a beauty salon, and to calculate the effectiveness of investing in a developed business plan.

The work is presented by management, 5 sections and conclusion, the list of sources used is given.



## Содержание

Введение	11
1 Обзор литературы	15
1.1 Цели и задачи бизнес-плана	16
1.2 Структура бизнес-плана	17
2 Объект и методы исследования	21
3 Расчеты и аналитика	23
3.1 Описание проекта	22
3.2 Описание рынка сбыта	25
3.3 Продажи и маркетинг	26
3.4 План производства	27
3.5 Организационная структура	29
3.6 Штатное расписание	30
3.7 Расчет первоначальных вложений	32
3.8 Финансовый план реализации проекта	40
3.9 План продаж	41
3.10 Расчет заработной платы	42
3.11 Расчет финансовой деятельности	41
3.12 Рентабельность инвестиционного проекта	44
3.13 Анализ рисков	46
4 Результаты проведенного исследования	49
Список использованных источников	52

Диск CD-R

В конверте  
на обороте



## Введение

Актуальность исследования заключается в том, что в настоящий момент редко встретишь человека, который небрежно относится к своему внешнему виду.

Многие руководители при приеме на работу обращают внимание на внешний вид человека и естественно на состояние головы (помыта ли, ухожена ли), потому что по внешнему виду человека можно дать характеристику его личных качеств. В связи с этим в городах открывается множество салонов красоты и подобного рода заведений.

Рынок красоты в России ещё далек от насыщения. Спрос на бьюти-услуги продолжает расти, в настоящее время насыщенность рынка составляет не более 50%. Операторы рынка прогнозируют рост салонов красоты не менее 10% в год. Индустрия красоты выдерживает любой кризис. Быть ухоженным и привлекательным — ценность на все времена. В любой экономической ситуации услуги парикмахеров и косметологов будут востребованы. Даже в последний кризис 2014 года продолжали открываться салоны красоты. Главное — быть последовательным в ценовой политике и продумывать стратегию.

Цель исследования – разработка бизнес-плана салона красоты.

Задачи исследования:

- рассмотреть теоретические основы разработки бизнес-плана;
- разработать бизнес-плана салона красоты;
- рассчитать эффективность инвестирования в разработанный бизнес-план.

Объект исследования – салон красоты, открываемый индивидуальным предпринимателем.

Предмет исследования – бизнес-план создания салона красоты, расчет эффективности вложений.

Теоретическая значимость исследования, проведённого в рамках выпускной квалификационной работы, состоит в рассмотрении основ бизнес-планирования и в оценке автора эффективности бизнес-планирования.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в возможности с помощью разработанного бизнес-плана, получить прибыль.

## Определения, обозначения, сокращения, нормативные ссылки

*Бизнес-план* – это план возможности внедрения каких-либо действий фирмы, с полным анализом внешней и внутренней среды, возможностей и угроз.

*Бизнес-планирование* – осуществление запланированных действий фирмы, определение ее целей и путей их достижения.

*Комплекс маркетинга* – это взаимосвязь методов и способов, средств и инструментов воздействия на потребительский рынок, которые использует предприятия для закрепления на данном рынке.

*Маркетинг* – это организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации.

*Разработка маркетинговой стратегии предприятия* – это выбор совокупности действий, которые ориентированы на потребителя – то есть клиента предприятия и обеспечивают предприятию стабильность и развитие на долгие годы вперед. К тому же это подразумевает не жесткую схему, а гибкий план, в котором можно в любой момент сделать корректировку и внести дополнения.

*Эффективность внедрения* – рассчитанный эффект от внедрения разработанного бизнес-плана в денежном выражении.

*Индекс доходности* - показывает уровень доходов на единицу затрат.

*Индекс рентабельности* - отношение чистой стоимости денежного притока к чистой текущей стоимости оттока (включая первоначальные инвестиции).

*Качественное планирование* – планирование для улучшения имиджа фирмы, повышения культурного уровня персонала.

*Срок окупаемости* – период времени, необходимый для того, чтобы доходы, генерируемые инвестициями, покрыли затраты на инвестиции.

*Стратегическое планирование* – это план возможности внедрения каких-либо действий фирмы на долгосрочную перспективу, с полным анализом внешней и внутренней среды, возможностей и угроз.

*Управление маркетингом* – это совокупность мероприятий по анализу, разработке, реализации и контролю над установлением, укреплением и поддержанием выгодных обменов с целевыми рынками и достижению целей организации.

## 1 Обзор литературы

Основы и принципы бизнес-планирования изучены на основе трудов таких авторов, как Алиев, В.С., Баринов, В.А. Виноградова, М.В., Гладкий, А.А.

Этапы разработки бизнес-плана изучено на основе учебников под авторством Т.С. Бронникова, В.П. Буров, М.В. Виноградова, А.С. Волков, В.Л. Горбунов.

Оценка рисков в бизнес-планировании четко проанализировал в своих трудах В.С. Лосев, Е.Р. Орлова.

Методика разработки бизнес-плана изучена по учебникам Т.П. Горемыкин, В.А. Дубровин, И.А. Куницына, Н.Н. Лопарева, А.М. Любанова.

Изучены такие федеральные законы, как: «О защите конкуренции», «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», «Об обществах с ограниченной ответственностью» (Федеральный закон от 08.02.1998 № 14-ФЗ).

Методику и экономическое обоснование составления бизнес-планов позволил изучить сборник бизнес-планов под авторством В.А. Морошкина, П.И. Орлова, С.В. Петухова, М.В. Романова, Е.Н. Станиславчик.

Управление инвестиционными проектами изучены на основе трудов таких авторов, как Е.Н. Стрекалова, Н.Д. Липсиц.

Основные проблемы и ошибки, возникающие при составлении бизнес-плана, изучены на основе учебников под авторством Е.Р.Орлова, В.М. Попова, Ю. Н. Лапыгина.

Нормы и рекомендации по бизнес-планированию изучены по учебникам Э.А. Уткина, В.З.Черняка

Порядок и принципы расчёта эффективности внедрения разработанных бизнес-планов в детской индустрии четко проанализировал в своих трудах Д. А. Шевчук.

Порядок проведения анализа рынка продукции и услуг в детской индустрии изучен на основе учебников под авторством Т.С. Бурова, В.П. М.В. Виноградовой, А.С Волкова, В.Л. Горбунова.

### 1.1 Цели и задачи бизнес-плана

Главная цель бизнес-плана – убедиться в рентабельности предприятия и правильно распределить действия и силы. Кроме того, нужно четко понимать, как организация будет вести себя на современном рынке.

В современной экономике выделяется четыре функции планирования бизнеса:

- 1 Планирование обязательно на этапе организации новой компании и на протяжении определенного периода ее деятельности.
- 2 Основная функция бизнес-плана - оценить возможности предприятия и контролировать процессы организации и развития.
- 3 Получить кредит: для этого потребуется предоставить план расходов.
- 4 Привлечь инвесторов: без подробного бизнес-плана получить средства на открытие или развитие предприятия невозможно.

Совершенно очевидно, что перед предпринимателем стоит не одна, а несколько задач. Выделим несколько из них:

- 1 Обозначить цель предприятия и перспективу его развития, каким образом она будет вести себя на рынке.
- 2 Определить потоки сбыта, на какую категорию населения рассчитан конечный продукт.
- 3 Выяснить, какой процент рынка должно завоевать предприятие.



- 4 Определиться с ассортиментом компании и обозначить ценовую политику предприятия.
- 5 Выяснить, с какими трудностями может столкнуться предприниматель на разных стадиях реализации проекта, и как решить проблемы.
- 6 В каком направлении будет двигаться предприятие и как оно станет развиваться в будущем
- 7 . Сколько стоит проект?

## 1.2 Структура бизнес-плана

Состав, структура и объем бизнес-плана определяется спецификой деятельности, размером предприятия и целью составления бизнес-плана. Поэтому чем крупнее предприятие, тем сложнее, полнее и обоснованнее будет разработка бизнес-плана.

Не существует жестко регламентированной формы и структуры бизнес-плана. Обычно в нем предусматриваются разделы, в которых раскрываются основная идея и цели бизнеса, характеризуется специфика продукта предприятия, дается оценка рынка и устанавливается стратегия поведения на определенных рыночных сегментах, определяется организационная и производственная структура, формируется финансовый аспект дела, включая стратегию финансирования и предложения по инвестициям, описываются перспективы роста предприятия.

Структура должна быть построена так четко, чтобы потенциальный инвестор (или тот, кто будет знакомиться с бизнес-планом) смог сразу оценить глубину и разносторонность, заложенную при подготовке бизнес-плана.

Следует отметить, что необходимо ориентироваться на разработку бизнес-плана нового предприятия или действующего предприятия, работающего над созданием и производством нового изделия, внедрением

новой технологии. Исходя из вышеуказанной типологии бизнес-планов, следует и рекомендуемая структура бизнес-плана.

В соответствии со стандартами международных экономических институтов, в бизнес-плане должно быть:

### 1 Резюме

Резюме бизнес-плана – это краткое описание документа, которое содержит ключевые понятия всего бизнес-плана. В резюме представлена информация о сумме кредита, целях кредитования, сроках погашения задолженности, инвестиционных партнерах, наличии собственных денежных ресурсов.

В разделе четко описаны цели создаваемого предприятия – сфера деятельности, необходимость вложения денежных средств, предполагаемый спрос на товары, экономические показатели рентабельности и возможные риски.

### 2 Описание продукции или услуг

Данный раздел бизнес-плана включает в себя описание всех видов товаров и услуг, которые будут предложены потенциальным покупателям. Здесь представлены общие аспекты и способы технического производства выпускаемой продукции с описанием основных характеристик и преимуществ, которые получает потребитель при использовании определенной группы товаров.

В разделе содержится информация о наличии патентов или авторских прав на изобретения, использовании инновационных технологий, высокого качества сырья, низкой себестоимости. В данной части бизнес-плана представлены сведения о возможности совершенствования технологического производства и степени готовности продукции для реализации.

### 3 Маркетинг и сбыт продукции или услуг

Маркетинговый план – это документ, который считается основополагающей частью бизнес-плана, где указаны рыночные цели предприятия и описаны пути их достижения. Основная задача данного

раздела – выявление неудовлетворительного спроса и получение данных для дальнейшего формирования схемы сбыта.

#### 4 Производственный план

В данном разделе бизнес-плана подробно описывается схема, посредством которой фирма планирует эффективно производить продукцию или услуги и поставлять их целевой аудитории. Если проект только готовится к запуску, то в плане производства указывают все, что требуется для выпуска продукции: месторасположение предприятия, наличие и потребность в дорогах, специальном оборудовании, сотрудниках соответствующей квалификации, инженерных коммуникациях. Данные о расходах и капитальных затратах предоставляются в виде таблиц.

#### 5 Организационный план

Раздел «Организационный план» содержит сведения об организационной структуре предприятия, персонале и кадровой политике фирмы.

Организационный план состоит из таких пунктов:

- организационная структура фирмы;
- штатный состав, количество персонала и график работы;
- правовое обеспечение фирмы;
- календарный график реализации проекта.

#### 6 Финансовый план

Финансовый план – раздел бизнес-плана, который рассматривает вопросы, связанные с финансовым обеспечением предприятия. В нем содержится информация о прогнозируемых финансовых результатах деятельности фирмы вследствие внедрения новых технологий в ближайшие 3-5 лет.

Финансовый бизнес-план состоит из таких частей:

- прогноз финансовых результатов;
- схема движения денежных средств;
- прогнозируемый баланс предприятия.

## 7 Направленность и эффективность проекта

В разделе «Направленность и эффективность проекта» рассматриваются такие важные моменты как: экспортные поставки, импорт продукции, способы снижения затрат ресурсов, экологические вопросы и другие.

Проводится оценка значимости и масштабов проекта, приводятся показатели эффективности реализации целей, а также анализ экономической чувствительности предприятия.

## 8 Риски и гарантии

Анализ рисков – важный раздел любого бизнес-плана. Помимо определения возможных рисков, здесь рассматриваются методы снижения вероятности их наступления и минимизация потерь после их воздействия. При больших финансовых вложениях цитируются экспертные оценки возможности наступления форс-мажорных ситуаций.

## 9 Приложения

Приложения к бизнес-плану включают в себя необходимую дополнительную и справочную документацию.

В бизнес-план входит:

- копии регистрационных документов;
- документы, характеризующие выпускающую продукцию;
- данные маркетингового анализа;
- документы, подтверждающие финансовую состоятельность предприятия;
- копии страховых документов, снижающие возможность возникновения рисков.

## 2 Объект и методы исследования

Объект исследования – салон красоты, открываемый индивидуальным предпринимателем.

В настоящее время салонный бизнес считается одним из самых прибыльных и быстроразвивающихся. Это можно объяснить тем, что людям хочется всегда хорошо выглядеть, особенно женщинам. Да, конечно, можно обойтись без наращенных ногтей, но без прически обойтись нельзя. Больше всего длинные волосы досаждают мужчинам и пенсионерам. Поэтому салон или даже небольшая парикмахерская всегда будут пользоваться спросом, независимо от финансового благополучия мировой экономики.

Нужно отметить, что конкуренция в данной сфере была всегда. Но при открытии подобного бизнеса лучше думать не о конкуренции, а о качестве предоставляемых услуг. Тогда беспокоиться будут ваши конкуренты. Если салон имеет хорошую рекламу, опытных мастеров и полный спектр услуг, то он всегда будет приносить хорошую прибыль.

Для более точного представления о всех возможных рисках открытия салона в выпускной квалификационной работе использовались следующие методы: в процессе обработки полученных данных используются такие взаимосвязанные научные *методы исследования*, как анализ и синтез.

*Анализ* — логический прием разделения целого на отдельные элементы и изучение каждого из них в отдельности во взаимосвязи с целым.

*Синтез* — объединение результатов для формирования (проектирования) целого. Методы анализа и синтеза взаимосвязаны.

При обработке практических материалов следует также использовать современные методы статистического и математического анализа (контент-анализ, динамические ряды, группировки, средние величины и показатели вариации, корреляционный анализ и др.) с тем, чтобы выявить закономерности и сделать научно обоснованные выводы.

Также был применен способ теоретического анализа, то есть выделение и рассмотрение отдельных сторон, признаков, особенностей, свойств явлений.

Обработка результатов исследования проводилась с использованием современных компьютерных технологий.

## 3 Расчеты и аналитика

### 3.1 Описание проекта

Сегодня люди всё больше стремятся к обладанию красивой внешностью. Это становится большим стимулом для открытия новых салонов красоты. С точки зрения востребованности, салонный бизнес отличается высокой перспективностью. Бизнес-план открытия салона красоты указывает на возможность привлечения большого количества клиентов при соблюдении некоторых условий профессионального менеджмента.

Цель проекта: получение прибыли за счет предоставления населению бьюти-услуг.

Основные факторы успеха салона красоты:

- 1 Стабильно увеличивающееся стремление россиян к западным меркам красоты.
- 2 Совершенствованием сервиса.
- 3 Увеличение количества услуг
- 4 Рост количества клиентов мужского пола (1/4 часть посетителей салонов — мужчины).
- 5 Возможность привлечения специалистов высокого класса, обучение в лучших зарубежных мастерских.
- 6 Понимание разницы между домашним уходом и профессиональными косметологическими процедурами в салоне.

Начинающий бизнесмен должен знать, что в только что открытом салоне не нужно сразу же предлагать посетителям все возможные услуги. Такие нововведения внедряются постепенно. Нужно уметь каждый раз радовать клиентов новыми услугами. Если внедрять всё сразу, то, во-первых,

будет трудно разобраться, какие услуги пользуются большим спросом, а во-вторых, можно просто ввести в замешательство посетителей.

Данный салон находится в спальном районе, в шаговой доступности от домов. Его удобно посещать как после работы, так и в выходные. В помещении уютная, теплая атмосфера. Салон красоты входит в эконом-сегмент и имеет сравнительно низкие инвестиции и быструю окупаемость. Средний чек такого салона 700-900 руб. Он имеет большой поток клиентов и не подвержен экономическим кризисам.

Виды услуг:

- Парикмахерские услуги: окрашивание, мелирование, наращивание, выпрямление волос, разнообразные прически и укладки, уход за волосами;
- Ногтевой сервис: маникюр, педикюр, покрытие гель-лаком, шеллаком, наращивание ногтей;
- Депиляция тела воском, сахаром (шугаринг);
- Классический, расслабляющий, антицеллюлитный массаж;
- Татуаж лица, коррекция и покраска бровей и ресниц.

Для максимизации прибыли в салоне красоты осуществляется продажа сопутствующего товара:

- Средства по уходу за волосами;
- Средства по уходу за телом;
- Декоративная косметика.

После того как направление салона будет выбрано, пора задуматься о регистрации. Лучше всего зарегистрировать ИП. Код ОКВЭД в этом случае будет 93.02.

Для регистрации салона необходимы следующие документы.

- Бизнес-план.
- Договор аренды.
- Заключения из пожарной и санитарной служб.
- Разрешение на осуществление деятельности.



- Договор на вывоз отработанных материалов (в данном случае волос).
- Договор по техническому обслуживанию с ЖЭКом.
- Сертификат соответствия.
- Медицинские книжки у всех работников.

В зависимости от региона пакет документов может дополняться.

Отметим, что нужно помнить, что некоторые сферы деятельности салона красоты требуется обязательно лицензировать. Получите лицензию, если салон будет осуществлять услуги массажа или косметологии. То есть это — все те услуги, которые предполагают нарушение кожных покровов.

### 3. 2 Описание рынка сбыта

Рынок красоты в России ещё далек от насыщения. Спрос на бьюти-услуги продолжает расти, в настоящее время насыщенность рынка составляет не более 50%. Операторы рынка прогнозируют рост салонов красоты не менее 10% в год. Индустрия красоты выдерживает любой кризис. Быть ухоженным и привлекательным – ценность на все времена. В любой экономической ситуации услуги парикмахеров и косметологов будут востребованы. Даже в последний кризис 2014 года продолжали открываться салоны красоты. Главное – быть последовательным в ценовой политике и продумывать стратегию.

Целевую аудиторию проекта можно разделить на две отдельные категории: потенциальная ЦА и реальная ЦА.

К потенциальной ЦА можно отнести всех людей, у которых возникает потребность посещать салон красоты от случая к случаю. Это могут быть люди любого возраста и пола со средним и ниже среднего уровнем достатка. Наибольшим спросом у потребителей пользуются услуги парикмахеров. Большинство же остальных услуг рассчитаны на женщин, возраст которых от 27 до 45 лет. Как правило, именно они более внимательно следят за своей

внешностью и составляют основную долю потребителей и являются реальной ЦА салона.

### 3.3 Продажи и маркетинг

1 План раскрутки салона красоты состоит из нескольких этапов:

2 Салон находится в спальном районе, таким образом, основной задачей является донести до жителей близлежащих домов информацию об открытии. Это можно сделать путём размещения рекламных плакатов на улицах (растяжки, ситилайты, баннеры). Данный способ позволяет сформировать постоянный поток посетителей.

3 Для повышения лояльности клиентов к салону необходимо предоставлять постоянным посетителям скидки, дисконтные карты.

4 Реклама в интернете. Сюда входит размещение баннеров на региональных сайтах, реклама в социальных сетях, создание собственного сайта. Данный этап может привлечь жителей других районов, но, для того, чтобы этот шаг был небесполезным, необходимо рекламировать какую-то конкурентную услугу (это может быть что-то необычное для других районов, либо услуга с более низкой стоимостью, чем у конкурентов).

5 Реклама в местных глянцевых журналах.

6 Выпуск красочных буклетов с примерами работ и ценами.

Таким образом, обобщенный маркетинговый бюджет составит (таблица 1).

Таблица 1 – Расчет маркетингового бюджета, руб.

Маркетинговый бюджет	Количество, шт.	Цена, руб.	Стоимость, руб.
Реклама:			
Распространение визиток салона	1000	8	8000
«Дорожный знак»	1	7000	7000
<b>Итого реклама:</b>			
<b>ИТОГО</b>	–	–	<b>15000</b>

### 3.4 План производства

Основная цель проекта — открытие салона красоты и максимизация его прибыли.

1 этап.

Обзор рынка недвижимости для подбора оптимального помещения.

Требования к помещению салона красоты:

- Расположение: спальный район;
- Площадь помещения — 70-100 м<sup>2</sup>;
- Отдельный вход с улицы или с торца;
- Желательно наличие парковки для 5 автомобилей и более;
- Предпочтительно первый этаж или полуцоколь с окнами.

Подвальное помещение не рассматривается. Можно рассмотреть второй этаж с удобным и коротким лестничным маршем. Выше второго этажа рассматривать расположение салона не рекомендуется;

- Место на фасаде, выходящем на улицу, для расположения вывески обязательно, желательно также иметь место для размещения баннера.

2 этап.

Оформление юридического лица.

Деятельность может осуществлять как физическое лицо — ИП, так и юридическое лицо — ООО.

Оптимальным вариантом организационно-правовой формы салона красоты является использование статуса Индивидуального предпринимателя с применением упрощенной системе налогообложения (15% доходы минус расходы).

Заключение СЭС.

Чтобы его получить, необходимо:

- Техническая документация на помещение;
- Ассортиментный перечень;
- Договор с организацией на вывоз мусора и волос;
- Договор на стирку пеньюаров, полотенец;
- Документы на стерилизаторы;
- Договор на проведение дезинсекции, дезинфекции, санитарный паспорт;
- Договор на обслуживание вытяжной системы вентиляции;

Кроме того, образец бизнес-плана салона красоты должен указывать на необходимость следующего перечня документов:

- Заключение на работу от пожарной инспекции;
- Разрешение на осуществление деятельности от администрации населенного пункта;
- Разрешение на осуществление торговли сопутствующими товарами (от администрации и СЭС);
- Договор с ЖУ на техническое обслуживание (электропроводка, водоснабжение и пр.);
- Договор с организацией на обслуживание кассового аппарата;
- Пакет кадровой документации;

3 этап.

- Подбор персонала;
- Поиск поставщиков;
- Рекламная кампания;
- Ремонт помещения;
- Закупка необходимой мебели;
- Установка техники;
- Торжественное открытие;
- Рекламная кампания по плану годовых акций;
- Текущая работа салона красоты.

### 3.5 Организационная структура

Для оказания заявленного списка услуг в салоне красоты понадобится разместить:

- Парикмахерский зал – 25 кв.м.;
- Кабинет маникюра и педикюра – 12 кв.м.;
- Кабинет косметолога – 18 кв.м.;
- Солярий – 5 кв.м.;
- Кабинет массажа – 12 кв.м.

Также часть площади займут подсобные и административные помещения:

- Зона ресепшн – 16 кв.м.;
- Комната отдыха персонала – 8 кв.м.;
- Подсобные помещения – 12 кв.м.

Общая площадь с учетом всех помещений составит 108 кв. м.

Таблица 2 – Структура использования площадей

Наименование помещения	Площадь, кв.м.
Итого:	108

Парикмахерский зал	25
Кабинет косметолога	18
Кабинет маникюра и педикюра	12
Кабинет массажа	12
Солярий	5
Зона ресепшн	16
Комната отдыха персонала	8
Подсобные помещения	12

Салон красоты будет открыт ежедневно с 9.00 до 21.00, что должно способствовать увеличению числа потенциальных клиентов.

Средний чек на оказываемые услуги будет варьироваться в зависимости от направления:

- Парикмахерские услуги – 900 рублей;
- Косметологические услуги – 1500 рублей;
- Массаж – 1600 рублей;
- Маникюр, педикюр – 900 рублей;
- Солярий – 25 рублей;
- Продажа косметических средств – 1100 рублей.

### 3.6 Штатное расписание

Для открывающегося салона подбор сотрудников очень важен, ведь от него может зависеть весь бизнес. Проверка профессионализма мастеров должны проводиться только квалифицированным специалистом в данной сфере. Устное собеседование необходимо совмещать с практикой. На собеседовании с мастерами необходимо не только давать оценку их уровню и стажу работы, но и оценивать поведение, общительность, доброжелательность.

Способы поиска сотрудников: объявления, биржа занятости, учебные заведения, знакомые, интернет.

Владельцам салонов красоты рекомендуется чаще посещать мастер-классы и разнообразные конкурсы в учебных заведениях. На таких мероприятиях можно найти себе работника, наглядно оценив его креативность и профессионализм.

Способ расчета заработной платы мастеров — сдельный. Администраторы, бухгалтер и уборщица получают фиксированный оклад.

Персонал будущего салона красоты будет состоять из двух категорий: административный и производственный.

Административный персонал, это люди необходимые для нормального функционирования салона и поддержания его деятельности. В его состав войдут:

- Администраторы;
- Бухгалтер;
- Уборщица.

Производственный персонал — это непосредственно мастера и стилисты, которые будут оказывать услуги. Состав производственного персонала:

- Мастера парикмахерских услуг – 3 человека;
- Косметолог – 1 человек;
- Специалисты по маникюру и педикюру – 2 человека;
- Массажист – 1 человек.

Общее количество работников – 11 человек.

Администраторы, работающие по графику 2/2, будут получать ежемесячно по 30 тысяч рублей. Бухгалтер, отвечающий за ведение бухгалтерского учета и своевременную сдачу бухгалтерской и налоговой отчетности – 10 тысяч рублей в месяц. Уборщица – 12 тысяч рублей в месяц. Остальные сотрудники будут получать процент от оказанных ими услуг:

- Парикмахер-стилист – 40%;
- Врач-косметолог – 40%;

- Специалист по маникюру и педикюру – 40%;
- Массажист – 35%.

Таблица 3 – Заработная плата персонала

Наименование	Количество	Зарплата, тыс. руб	Итого, тыс. руб
Администратор	2	30	60
Бухгалтер	1	10	10
Уборщица	1	12	12
Парикмахер-стилист	3	40% от стоимости оказанной услуги	
Врач-косметолог	1	40% от стоимости оказанной услуги	
Специалист по маникюру	2	40% от стоимости оказанной услуги	
Специалист по массажу	1	35% от стоимости оказанной услуги	
Итого:	11		

### 3.7 Расчет первоначальных вложений

Одним из важнейших моментов является приобретение всего необходимого оборудования. Для организации полноценной работы салона красоты потребуется оборудование следующих категорий:

- Оборудование парикмахерского зала;



- Оборудование кабинета косметологии;
- Оборудование кабинета маникюра и педикюра;
- Оборудование массажного кабинета;
- Солярий.

Парикмахерский зал будет оборудован тремя зеркалами, тремя гидравлическими креслами, одним детским креслом, двумя парикмахерскими мойками, тремя тележками с инструментами, двумя сушуарами, одним климазоном, парикмахерским пылесосом и стерилизатором воздуха.

Таблица 4 – Оборудование парикмахерского зала

Наименование	Количество , шт.	Стоимость, тыс. руб.	Итого, тыс. руб.	Наименование
Гидравлическое парикмахерское кресло	3	16	48	Гидравлическое парикмахерское кресло
Парикмахерское кресло для детей	1	10	10	Парикмахерское кресло для детей
Парикмахерская мойка	2	19	38	Парикмахерская мойка
Тележка для инструментов	3	3	9	Тележка для инструментов
Парикмахерское зеркало	3	7	21	Парикмахерское зеркало
Сушуар	2	13	26	Сушуар
Климазон	1	60	60	Климазон
Парикмахерский пылесос	1	16	16	Парикмахерский пылесос
Стерилизатор воздуха	1	5	5	Стерилизатор воздуха
Прочее оборудование	-	120	120	Прочее оборудование
Итого	17	-	353	

Суммарная стоимость – 353 тысячи рублей.

Для организации косметологического кабинета потребуется косметологическое кресло, тележка, стул, лампа-лупа, подогреватель

полотенец, ширма и стерилизатор. Также необходимо будет закупить следующее оборудование аппаратной косметологии:

- Аппарат для ультразвукового пилинга;
- Аппарат для миостимуляции;
- Аппарат для электроэпиляции;
- Аппарат для микродермобразии;
- Аппарат для вакуумной терапии.

Таблица 5 – Оборудования косметологического кабинета

Наименование	Количество, шт.	Стоимость, тыс. руб.	Итого, тыс. руб.
Кресло косметологическое	1	70	70
Тележка косметологическая	1	8	8
Аппарат для ультразвукового пилинга	1	27	27
Аппарат для миостимуляции	1	45	45
Аппарат для электроэпиляции	1	55	55
Аппарат для микродермобразии	1	43	43
Аппарат для вакуумной терапии	1	41	41
Стул для косметолога	1	8	8
Лампа-лупа	1	12	12
Подогреватель полотенец	1	14	14
Ширма	1	5	5
Стерилизатор	1	5	5
Прочее оборудование	-	60	60
	12	-	393

Итого			
-------	--	--	--

Общая стоимость оборудования для косметологического кабинета составит 393 тысячи рублей.

В состав оборудования для кабинета маникюра и педикюра войдут маникюрный стол, кресло, аппарат для маникюра, вытяжка, ультрафиолетовая лампа, лампа для маникюра, аппарат для педикюра, педикюрное кресло, тележка, ванночка и пылесос. Их суммарная стоимость составит 233 тысячи рублей.

Таблица 6 – Оборудование кабинета маникюра и педикюра

Наименование	Количество, шт.	Стоимость, тыс. руб.	Итого, тыс. руб.
Аппарат для маникюра	1	15	15
Вытяжка для маникюрного стола	1	5	5
Ультрафиолетовая лампа	1	3	3
Маникюрный стол	1	8	8
Кресло	1	14	14
Лампа для маникюра	1	7	7
Аппарат для педикюра	1	77	77
Педикюрное кресло	1	19	19
Кольцевая лампа-лупа	1	9	9
Педикюрная тележка	1	17	17
Педикюрная ванночка	1	6	6
Педикюрный пылесос	1	8	8
Прочее оборудование	-	45	45

Итого	12	-	233
-------	----	---	-----

Для оказания услуг массажа потребуется приобрести кушетку, ширму и столик для инструментов и косметических средств общей стоимостью – 62 тысячи рублей.

Таблица 7 – Оборудование массажного кабинета

Наименование	Количество, шт.	Стоимость, тыс. руб.	Итого, тыс. руб.
Массажная кушетка	1	18	18
Ширма	1	6	6
Столик для инструментов и косметических средств	1	8	8
Прочее оборудование	-	30	30
Итого	3	-	62

Также будет установлен вертикальный солярий стоимостью 350 тысяч рублей.

Помимо вышеперечисленного необходимо будет оборудовать зону ресепшн и комнату отдыха для персонала.

Таблица 8 – Оборудование зоны ресепшн

Наименование	Количество, шт.	Стоимость, тыс. руб.	Итого, тыс. руб.
Стойка администратора	1	19	19
Стул администратора	1	6	6
Кассовый аппарат	1	15	15
Журнальный столик	1	11	11
Диван	1	15	15

Кресло	2	6	12
Гардеробный шкаф	1	14	14
Витрина для продажи косметики	2	7	14
Телевизор	1	23	23
Прочее оборудование	1	20	20
Итого			149

Таблица 9 – Оборудование комнаты отдыха

Наименование	Количество, шт.	Стоимость, тыс.руб.	Итого, тыс.руб.
Диван	1	14	14
Кресло	2	4	8
Стол	1	8	8
Кулер	1	8	8
Прочее оборудование	-	10	10
Итого			38

Расходы на оборудование этих двух зон составит 149 тысяч и 38 тысяч рублей соответственно.

Таким образом, для реализации данного проекта потребуется затратить на оборудование 1578 тыс.рублей.

Предполагается, что первый квартал полностью уйдет на решение всех организационных вопросов, связанных с открытием, а полноценно функционировать салон красоты начнет со второго квартала. Загрузка заведения во втором квартале составит 29%. После чего загрузка продолжит увеличиваться пока не выйдет на проектную мощность (выход на проектную мощность запланирован через 1,5 года с начала реализации проекта).

Доходная часть будет формироваться за счет реализации услуг разделенных на следующие группы:

- Парикмахерские;
- Косметологические;

- Маникюр, педикюр;
- Массаж;
- Солярий;
- Продажа косметических средств.

Более детально оказываемые салоном услуги описаны в таблице ниже.

Таблица 10 – Прайс-лист услуг

Статья поступлений	Средняя стоимость, руб.
<b>Парикмахерские услуги</b>	
Стрижка женская	400
Стрижка мужская	250
Стрижка детская	200
Окрашивание волос	1100
Мелирование волос	1100
Тонирование волос	1000
Укладка	900
Выпрямление	1000
Химическая завивка	1200
<b>Косметология</b>	
Визаж	1500
Чистка лица	1300
Депиляция	900
Пирсинг	1700
Татуаж	4000
Пилинг	1900
Уход за лицом	2000
<b>Маникюр, педикюр</b>	
Маникюр	300
Моделирование ногтей	1200
Укрепление ногтей	1000
Полировка ногтей	100
Снятие лака	50
Покрытие лаком	100
Педикюр	800
Моделирование ногтей на ногах	1200
Наращивание ногтей	1700
<b>Массаж</b>	
Классический массаж	800
Точечный массаж	1600
Антицеллюлитный массаж	600-2500

Шоколадное обертывание	2000
Обертывание белой глиной	2000
<b>Солярий</b>	
Одна минута	12
Абонемент на 60 минут	650
<b>Прочее</b>	
Продажа косметических средств	1100

В среднем стоимость парикмахерских услуг составит 900 рублей, косметологических – 1500 рублей, маникюр, педикюр – 900 рублей, массаж 1600 рублей, солярий – 12 рублей за минуту, а средний чек на продаваемые косметические средства – 1100 рублей.

Основная часть доходов (39%) будет формироваться от оказания парикмахерских услуг. Косметология будет приносить 17% совокупных доходов. На массажный и маникюрный кабинеты будут генерировать по 14% от выручки. Солярий – 3%. А продажа косметических средств дополнительно принесет 13% общих доходов.

Расходы.

Все затраты можно условно поделить на две группы:

- Постоянные затраты;
- Переменные затраты.

К постоянным затратам салона красоты относятся:

- Аренда помещения – 80 тысяч в месяц.
- Коммунальные услуги – 6 тысяч в месяц.
- Оплата телефона и интернета – 1,5 тысяч в месяц.
- Заработная плата административных сотрудников (администраторы, бухгалтер и уборщица) – 82 тысяч в месяц.

К переменным затратам можно отнести:

- Заработная плата парикмахеров-стилистов (40% от стоимости оказанных услуг), косметологов (40% от стоимости оказанных услуг), а также специалистов по маникюру (40% от стоимости оказанных услуг) и массажистов (35% от стоимости оказанных услуг);

- Общехозяйственные затраты – 2% от выручки;
- Затраты на покупку необходимых материалов – от 5% до 25% от стоимости каждой конкретной услуги;
- Наценка на продаваемые косметические товары – 100% от закупочной стоимости.

Система налогообложения.

Финансовая модель составлена из расчета, что в качестве системы налогообложения будет использоваться упрощенная система со ставкой 15% (доходы минус расходы).

### 3.8 Финансовый план реализации проекта

Инвестиционные затраты на открытие данного бизнеса составляют 2 518 000 руб.

Таблица 11 – Совокупные инвестиции в проект

Статья инвестиций	Объем инвестиций, тыс. руб.
Регистрация юридического лица	10
Получение разрешительной документации	35
Подбор помещения	30
Разработка дизайна интерьера	25
Ремонт помещения	340
Покупка и монтаж систем вентиляции и кондиционирования	120
Разработка сайта	25
Подбор персонала	25
Реклама	80
Покупка оборудования	1578
Доставка и монтаж оборудования	50
Товарный запас косметических средств	200
Итого	2518

Как видно из приведенной таблицы главной статьей с удельной долей в 38% от совокупных вложений является приобретение оборудования. На доставку и установку оборудования уйдет еще 2% от общих инвестиций. Помимо оборудования в арендуемом помещении необходимо будет сделать



ремонт (15%), и установить системы вентиляции и кондиционирования помещения (8%). Часть инвестиций пойдет на поддержание нормального функционирования салона красоты на первоначальном этапе – 19%. К данным видам затрат можно отнести аренду помещения в первые 4 месяца, зарплату персонала в первый месяц работы, оплату коммунальных и прочих услуг. Оставшиеся 18% потребуются на: регистрацию и получение разрешительной документации, подбор помещения, разработку дизайн-проекта, разработку сайта, подбор персонала, рекламу и закупку товарного запаса косметических средств.

### 3.9 План продаж

Приведены усредненные показатели. Прогнозируется постепенное увеличение объемов продаж. Рост численности клиентов будет первые полгода происходить ежемесячно на 20% от первого месяца. Как правило, первые полгода нарабатывается основная клиентская база.

Таблица 12 – План продаж 1-ого года реализации проекта, руб.

Выручка	Ср. стоимость услуги	Количество клиентов, чел.						7-12 месяцев	Итого, тыс.руб.
		1 месяц работы	2 месяц работы	3 месяц работы	4 месяц работы	5 месяц работы	6 месяц работы		
Ногтевой сервис	900	150	180	210	240	270	300	1800	2835
Парикмахерские услуги	900	186	223	260	297	334	371	2226	3507,3
Косметология	1500	65	78	91	104	117	130	780	2047,5
Продукция на продажу, тыс.руб.		20000	2400	28000	32000	36000	4000	2400	420

			0				0	00	
Массаж	1600	15	18	21	24	27	30	306	705,600
Солярий	96	200	240	280	320	360	400	2400	423,936
Итого									9939,336

### 3.10 Расчет заработной платы

При расчете заработной платы будем предполагать, что поле шестого месяца количество клиентов будет варьировать на уровне шестого месяца работы.

Таблица 12 - Расчет заработной платы работников, тыс. руб.

Работники	1 год реализации проекта
Ногтевой сервис, 2 мастера.	1134
Парикмахерские услуги, 3 мастера	1402,920
Косметолог	819
Администратор, 2 чел.	720
Бухгалтер	120
Уборщица	144
Итого:	4339,920

### 3.11 Расчет финансовой деятельности

Для того, что бы определить, выгодно ли вкладывать в данный проект деньги инвесторам, необходимо сопоставит выручку и прибыль, а также определит рентабельность и срок окупаемости проекта. Результаты финансовой деятельности характеризуются обобщенными показателями, приведенными в таблице 12.

Все затраты можно условно поделить на две группы:

- Постоянные затраты;
- Переменные затраты.

К постоянным затратам салона красоты относятся:

- Аренда помещения – 80 тысяч в месяц.
- Коммунальные услуги – 6 тысяч в месяц.
- Оплата телефона и интернета – 1,5 тысяч в месяц.
- Заработная плата административных сотрудников (администраторы, бухгалтер и уборщица) – 82 тысяч в месяц.

К переменным затратам можно отнести:

- Заработная плата парикмахеров-стилистов (40% от стоимости оказанных услуг), косметологов (40% от стоимости оказанных услуг), а также специалистов по маникюру (40% от стоимости оказанных услуг) и массажистов (35% от стоимости оказанных услуг);
- Общехозяйственные затраты – 2% от выручки;
- Затраты на покупку необходимых материалов – от 5% до 25% от стоимости каждой конкретной услуги;
- Наценка на продаваемые косметические товары – 100% от закупочной стоимости.

Далее необходимо рассчитать стоимость оборотных средств, т.е. прочитав опубликованные бизнес-планы можно сделать вывод, что на лаки, краски, приходится примерно 10% от всего объема продаж

Система налогообложения.

Финансовая модель составлена из расчета, что в качестве системы налогообложения будет использоваться упрощенная система со ставкой 15% (доходы минус расходы).

В итоге рассчитав в результате исследования издержки, необходимо собрать их в единую таблицу.

Таблица 13 – Расходы, руб.

Показатели	Месяц	1 год
оборотные средства	82828	993934
аренда помещения	80000	960000
реклама	15000	180000
коммунальные платежи	6000	120000
ФОТ	361660	4339920
Страховые взносы (нагрузка на предпринимателя - 30%)	108498	1301976
<b>расходы итого</b>		<b>7895830</b>

Налогообложение учтено в соответствии с федеральным, региональным и местным законодательствами.

Без учета налоговых льгот планируется выплачивать следующие налоги: УСН = (доход-расход)\*15%

Таблица 14 – Расчет налога, руб.

Показатель	в месяц	в год
Выручка от реализации		<b>9939,336</b>
Расходы		<b>7895830</b>
прибыль		2043506
УСН (15%)		306525,9
чистая прибыль	144748,342	<b>1736980,1</b>

### 3.12 Рентабельность инвестиционного проекта

Зная предполагаемые расходы и доходы можно рассчитать рентабельность.

Рентабельность – это относительный показатель, определяющий уровень доходности бизнеса. Показатели рентабельности характеризуют эффективность работы организации в целом. Они более полно, чем прибыль, характеризуют окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина показывает соотношение эффекта с наличными и потребленными ресурсами [26].

Рентабельность продаж (оборота) рассчитывается делением прибыли от реализации услуг на сумму полученной выручки.

Ниже представлен расчет показателя рентабельности продаж за период 2019 гг.

$$R. \text{ продаж} = \frac{\text{Прибыль от реализации}}{\text{Выручка}};$$

$$R. \text{ продаж } 2019 \text{ г.} = \frac{2043,506}{9939,336} = 0.206 \text{ или } 20,6\%;$$

Прибыль и рентабельность - это показатели, которые наиболее чётко отражают эффективность деятельности анализируемого предприятия, отражают рациональность использования ресурсов предприятием, а также доходность деятельности.

На основании проведенного анализа можно сделать вывод, что салон является развивающимся бизнесом.

Теперь рассчитаем окупаемость проекта.

Срок окупаемости инвестиций - время, которое требуется, чтобы инвестиция обеспечила достаточные поступления денег для возмещения инвестиционных расходов. Вместе с чистой текущей стоимостью (NPV) и

внутренним коэффициентом окупаемости (IRR) используется как инструмент оценки инвестиций.

Срок окупаемости инвестиций - это превосходный показатель, предоставляющий вам упрощенный способ узнать, сколько времени потребуется фирме для возмещения первоначальных расходов. Это имеет особое значение для бизнеса, расположенного в странах с неустойчивой финансовой системой, или бизнеса связанного с передовой технологией, где стремительное устаревание товара является нормой, что превращает быстрое возмещение инвестиционных расходов в важную проблему.

Окупаемость проекта (PBP) равна отношению стоимости предпроизводственного периода к ежемесячной прибыли:

$$PBP = 2518000 : (5210940,3 : 36) = 17,4 \text{ месяца или } 1 \text{ год и } 8 \text{ месяцев}$$

Из расчётов в финансовом плане, делаем выводы о том, что предлагаемый проект является прибыльным вложением.

### 3.13 Анализ рисков

Каждый инвестиционный проект подвержен определенному набору внутренних и внешних рисков. Их реализация способна негативно повлиять на доходность проекта, а иногда даже привести к его закрытию. Для того чтобы не стать заложником подобной ситуации, рассмотрим наиболее вероятные риски связанные с деятельностью салона красоты, а также приведем несколько действенных способов борьбы с ними.

Риск потери конкурентоспособности связи с повышением активности конкурентов в борьбе за клиентов.

Открытие салона красоты может повлиять на активизацию конкурентов, что может привести к потере части потенциальных клиентов.

Наиболее продуктивными способами борьбы с данным видом рисков являются:

- Качественно проработанный маркетинговый план;

- Правильно выстроенная ценовая политика заведения;
- Высокий уровень оказываемых услуг;
- Четкая программа лояльности;
- Разнообразие и привлекательность оказываемых услуг.

Риск высокой текучки (потери/переманивания) персонала и снижения уровня оказываемых услуг.

Профессионализм персонала играет далеко не последнюю роль в привлечении и удержании новых клиентов. Качество персонала непосредственно влияет на уровень оказываемых услуг, а соответственно напрямую отражается на доходности.

Способы предупреждения данного риска:

- Эффективная система мотивации персонала;
- Система контроля за уровнем оказываемых услуг;
- Увеличение лояльности персонала к менеджменту и клиентов к заведению.

Риск снижения покупательской способности потенциальных клиентов.

Как правило, данный вид рисков связан с кризисными проявлениями в экономике. Для нивелирования таких рисков необходимо проявлять гибкость, как в ценовой политике, так и иметь возможность влиять на снижение основных расходных статей бизнеса:

- при оплате труда целесообразно использовать сдельный способ расчета;
- при необходимости иметь возможность перейти на другую марку используемых в салоне косметических средств.

#### Риск потери лояльности клиентской базы.

Данный вид рисков наверно является одним из основных. Так как лояльность постоянных клиентов – ключевой критерий, влияющий на успешность салонного бизнеса. Лояльность – это вещь, которая может

нарабатываться годами, а быть потеряна в один момент. Для того чтобы этого не произошло необходимо:

- Постоянно поддерживать качество;
- Отслеживать удовлетворенность клиентов качеством обслуживания;
- Подстраиваться под вкусы и предпочтения клиентов;
- Реагировать на все конфликтные ситуации, возникающие в процессе функционирования заведения.

Риск технологического отставания, вызванного появлением новых методик и услуг в индустрии красоты.

Индустрия красоты не стоит на месте и с каждым годом появляется все больше новых передовых методик и технологий. Для того чтобы не отставать от этого процесса, необходимо постоянно совершенствоваться и развиваться, обновляя список оказываемых услуг. Наиболее действенным способом не проиграть конкуренцию на рынке новых трендов индустрии красоты является постоянное участие в тематических выставках и проводимых мастер-классах.



#### 4 Результаты проведенного исследования

Сегодня люди всё больше стремятся к обладанию красивой внешностью. Это становится большим стимулом для открытия новых салонов красоты. С точки зрения востребованности, салонный бизнес отличается высокой перспективностью. Бизнес-план открытия салона красоты указывает на возможность привлечения большого количества клиентов при соблюдении некоторых условий профессионального менеджмента.

В результате исследования было выявлено:

- салон открывается в 3-х комнатной квартире, которая находится в собственности, будет иметь 1 мужской зал, 1 женский зал и маникюрно-педикюрный кабинет. Кухня площадь. 8 кв.м. разбита перегородкой на 2 помещения: склад и обеденная зона для персонала.

- численность персонала – 3 женских мастера, 2 маникюра-педикюра, 1 косметолог, 1 массажист, 2 администратора, 1 бухгалтер и 1 уборщица;

- предоставляемые услуги – стрижка, укладка, покраска, завивка, маникюр, педикюр и т.д. Цель создания – удовлетворение потребности населения со средним и низким доходом в парикмахерских услугах.

- у создаваемого салона большое преимущество перед другими парикмахерскими в ценовой политике, скидки, так же планируется большая рекламная компания.

При расчёте эффективности инвестирования в разработанном бизнес-плане сделан вывод, что период окупаемости равен 1 год и 8 месяцев.

## Заключение

В результате проведенного исследования поставленная цель и задачи выполнены, и можно сделать следующие выводы.

В результате анализа теоретических основ разработки бизнес-плана, можно сделать вывод, что:

- бизнес-план – это поэтапно составленный проект развития предприятия, с обоснованием внедрения новшеств и изменений и рассчитанной эффективностью от данных внедрений. Он должен быть кратким, четко просчитанным, с достоверной информацией и аргументацией.

- в результате исследования можно сделать вывод, что в соответствии со структурой, в бизнес-плане раскрывается вся информация необходимая инвестору, что бы принять решение об инвестировании. Бизнес-план является документом, как для внутреннего, так и для внешнего пользования, нередко его используют в качестве рекламы, где отражены все преимущества и недостатки предприятия.

- бизнес- план это целевой документ, который содержит систему расчетов, технических и экономических обоснований. Он позволяет кроме всего прочего выявить и проблемы предприятия и наметить пути их преодоления как собственными силами, так и помощью с стороны. Он ориентирован на достижение успеха, главным образом, в финансово-экономической деятельности.

В результате разработки бизнес-плана салона красоты, сделан вывод, что:

- салон открывается в 3-х комнатной квартире, которая находится в собственности, будет иметь 1 мужской зал, 1 женский зал и маникюрно-педикюрный кабинет. Кухня площадь. 8 кв.м. разбита перегородкой на 2 помещения: склад и обеденная зона для персонала.

- численность персонала – 3 женских мастера, 2 маникюра-педикюра, 1 косметолог, 1 массажист, 2 администратора, 1 бухгалтер и 1 уборщица;

- предоставляемые услуги – стрижка, укладка, покраска, завивка, маникюр, педикюр и т.д. Цель создания – удовлетворение потребности населения со средним и низким доходом в парикмахерских услугах.

- у создаваемого салона большое преимущество перед другими парикмахерскими в ценовой политике, скидки, так же планируется большая рекламная компания.

При расчёте эффективности инвестирования в разработанном бизнес-плане сделан вывод, что период окупаемости равен 1 год и 8 месяцев.

Вывод: реализация данного проекта является эффективным вложением финансовых средств. Принятая организационно-финансовая схема обеспечивает эффективную реализацию проекта и его стабильное финансовое состояние. Проект является устойчивым к возможным колебаниям объема и цен реализации продукции, уровню издержек и инфляции. Реализация проекта обеспечивает устойчивую прибыль.

## Список использованных источников

- 1 Алиев, В.С. Бизнес-планирование с использованием программы. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 352 с.
- 2 Алиев, В.С. Практикум по бизнес-планированию с использованием программы: Учебное пособие. - М.: Форум, ИНФРА-М, 2014. - 288 с.
- 3 Баринов, В.А. Бизнес-планирование. - М.: Форум, 2016. - 256 с.
- 4 Бронникова, Т.С. Разработка бизнес-плана проекта: Учебное пособие / Т.С. Бронникова. - М.: Альфа-М, ИНФРА-М, 2012. - 224 с.
- 5 Буров В.П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: Учебное пособие. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 192 с.
- 6 Виноградова М.В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства. - М.: Дашков и К, 2013. - 280 с.
- 7 Волков А.С. Бизнес-планирование. - М.: ИЦ РИОР, ИНФРА-М, 2011. - 81 с.
- 8 Гладкий А.А. Бизнес-план: Делаем сами на компьютере. - М.: Рид Групп, 2012. - 240 с.
- 9 Горбунов В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 248 с.
- 10 Горемыкин В.А. Бизнес-план: Методика разработки. 25 реальных образцов бизнес-плана. - М.: Ось-89, 2015 - 592 с.
- 11 Дубровин И.А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник для бакалавров. - М.: Дашков и К, 2016. - 432 с.
- 12 Куницына Н.Н. Бизнес-планирование в коммерческом банке: Учебное пособие. - М.: Магистр, 2009. - 383 с.
- 13 Лопарева А.М. Бизнес-планирование: учебно-методический комплекс. - М.: Форум, 2011. - 176 с.

14 Лосев В. Как составить бизнес-план. Как составить бизнес-план: Практическое руководство с примерами готовых бизнес-планов для разных отраслей: Пер. с англ.- М.: Вильямс, 2014. - 208 с.

15 Любанова Т.П. Сборник бизнес-планов. Методика и примеры: предпринимательская деятельность, экономическое обоснование инженерных решений в курсовом, дипломном проектировании, диссертационных работах: Учебное и научно-практическое пособие. - М.: ИКЦ МарТ, МарТ, 2008. - 408 с.

16 Морошкин, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие. - М.: Форум, 2017. - 288 с.

17 Орлова, Е.Р. Бизнес-план: Методика составления и анализ типовых ошибок. - М.: Омега-Л, 2013. - 168 с.

18 Орлова, П.И. Бизнес-планирование: Учебник. - М.: Дашков и К, 2014. - 284 с.

19 Петухова, С.В. Бизнес-планирование: как обосновать и реализовать бизнес-проект: Практическое пособие. - М.: Омега-Л, 2013. - 171 с.

20 Романова, М.В. Бизнес-планирование: Учебное пособие. - М.: ИД ФОРУМ, ИНФРА-М, 2012. - 240 с.

21 Станиславчик, Е.Н. Бизнес-план: Управление инвестиционными проектами. - М.: Ось-89, 2009. - 128 с.

22 Стрекалова, Н.Д. Бизнес-планирование: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. - СПб.: Питер, 2013. - 352 с.

23 Липсиц, И.А. Бизнес-план – основа успеха: Практическое пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2012. – 112 с.

24 Орлова Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании. – 2-е изд., испр. и доп. – Омега-Л, 2012. – 152 с.

25 Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями. Под ред. В.М. Попова. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 488 с.

- 26 Сборник бизнес-планов: практическое пособие. ред. Ю. Н. Лапыгин. – М.: Омега-Л, 2012. – 310 с.
- 27 Составление бизнес-плана: нормы и рекомендации.- М.: Книга сервис, 2012. – 346 с.
- 28 Уткин, Э.А. Бизнес-план компании.- М.: Изд-во «ЭКМОС», 2012. – 102 с.
- 29 Черняк, В.З. Бизнес планирование: Учебник для вузов.- М. ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 470 с.
- 30 Шевчук, Д. А. Бизнес-планирование: учеб.пособие. – Ростов н/Д.: Феникс, 2014. – 208 с.